

## DAFTAR PUSTAKA

- Aribowo, Dwi Putra Jati. 2013. Pengaruh *Trust* dan *Perceived Of Risk* Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce*. *Jurnal Nominal / Volume II* nomor I.
- Aubert, B. A., dan Kelsey, B. L., 2000. *The Illusion of Trust and Performance*, Scientific Series of Cirano, 3: 1-13.
- Bodnar, George H dan William S. Hopwood. 2000. *Accounting Information System*, Amir Abadi Jusuf dan Rudi M. Tambunan (Penerjemah). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Dias, Arthur, 2012, Analisis Kepercayaan Konsumen terhadap Situs Jual Beli Tokobagus.com: Antecedent dan Outcome, Tesis, Jakarta : Universitas Indonesia.
- Firdayanti, Restika. 2012. *Hubungan Persepsi Terhadap Risiko Melakukan Ecommerce Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion Melalui Facebook*. Universitas Negri Semarang.
- Hall, James A. 2001. *Accounting Information Systems, 3rd. Sistem Informasi Akuntansi Buku Satu*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hardanti, Kurniasari Novi dan Erwin Saraswati. 2013. Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce. *Jurnal SNA XVI*.
- Hendratta, Yoseph Kus; Theresia Purbandari dan Mujilan. 2013. Pengaruh Structural Assurance Dan Perceived Reputation Terhadap Trust Pengguna Internet Di Sistem E-Commerce. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 1 No. 1.
- Irmawati, Dewi. 2011. Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375 Edisi Ke-VI*.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Jauhari, Jaidan, 2012, Studi Pendahuluan Untuk Pengembangan Model Pemasaran dan Penjualan Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis E-Commerce di Propinsi Sumatra Selatan, Sumatra Selatan : Universitas Sriwijaya.

- Kotler, P. 2003. *Marketing Management, 11th*, Prentice Hall International Edition.
- Krismiaji. 2010. *Sistem Informasi Akuntansi, 3rd*. Sistem Informasi Akuntansi Buku Satu. Salemba Empat. Edisi Ketiga.
- Munawar, Kholil. 2009. E-commerce. <http://staff.uns.ac.id>.
- Nugrahani, Dewi Shanti. 2011. *E-Commerce Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Dan Menengah*. No 1. – SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Shomad, Andrie Cesario, 2013, *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce*, Malang : Universitas Brawijaya.
- Siregar, Riki R. 2010. Strategi Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan dengan Penerapan E-commerce. <http://blog.trisakti.ac.id/riki/2010/03/12/strategi-meningkatkan-persaingan-bisnis-perusahaan-dengan-penerapan-e-commerce/>. Diakses tanggal 01 Agustus 2011.
- Solomon, Michael R. 2009. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Disposing* (8th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Suyanto.2006. Strategi Periklanan Pada E-Commerce. Yogyakarta: Andi.
- Teo, H., 2006, Attitudes Toward Online Shopping and The Internet, *Journal Behaviour & Information Technology*, Vol. 21, No. 4., pp:264.
- Turban, et al. 2006. *Introduction to Information Technology. 2nd edition*. John Wiley & Sons Inc, New Jersey.
- Wiharjayanto Yuwandito. 2012. Perancangan Sistem Penjualan Tunai Berbasis WEB Sebagai Sarana Informasi Produk Bagi Konsumen Pada PT.WARNA AC. *Jurnal Nominal / Volume I Nomor I*.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., dan Foxall, G. R., 2003. A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking, *Technovation*, 23: 847-860.